

AVIS AUX MÉDIAS – CONFÉRENCE DE PRESSE

Pour diffusion immédiate – Rappel : mercredi 6 juin 2012 à 7 h

Les dessous du marketing des boissons sucrées – Tome 4

Promotion des boissons sucrées auprès des jeunes : un meilleur encadrement réclamé

Montréal, le 4 juin 2012 – Les fabricants de boissons sucrées ont recours à une multitude de canaux de communication et de stratégies promotionnelles pour créer un lien émotionnel avec les jeunes. Accompagnée de Me Marc-André LeChasseur, la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) présentera les conclusions du dernier tome de son étude sur le marketing des boissons sucrées, portant cette fois sur la promotion faite autour de ces breuvages.

Seront sur place pour présenter leurs conclusions et répondre aux questions :

- Suzie Pellerin, directrice de la Coalition Poids
- Marion Saucet, analyste-rechercheuse à la Coalition Poids
- Marc-André LeChasseur, avocat chez LeChasseur avocats

Date : le 6 juin 2012

Heure : 10 h

Endroit : Centre St-Pierre, salle 303
1212, rue Panet
Montréal (Québec) H2L 2Y7

Les demandes d'entrevue peuvent être adressées à Amélie Desrosiers au 514 475-7431.

À propos de la Coalition québécoise sur la problématique du poids

Créée en 2006 et parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec depuis 2008, la Coalition québécoise sur la problématique du poids vise l'adoption de politiques publiques spécifiques à l'égard des problèmes reliés au poids. Elle agit dans le cadre de trois secteurs stratégiques (agroalimentaire, socioculturel et environnement bâti) pour favoriser la mise en place d'environnements facilitant les choix santé et la prévention des problèmes de poids. Pour plus de détails www.cqpp.qc.ca.

– 30 –

Source :

Amélie Desrosiers

Responsable des communications, Coalition québécoise sur la problématique du poids

Téléphone : 514 598-8058 poste 233

Cellulaire : 514 475-7431

adesrosiers@cqpp.qc.ca